

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.06.2024 08:40:18
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafbf

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А.А. ЕЖЕВСКОГО

Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

УТВЕРЖДАЮ:

Директор



Н.Н. Бельков

« 29 » марта 2024 г

Рабочая программа практики

III. 03.01 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Специальность 38.02.08 «Торговое дело», 11 кл.

(программа подготовки специалистов среднего звена)

Форма обучения: очная / заочная
2 курс, семестр 4 / 3 курс

Молодежный 2024

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель освоения практики:

– производственная практика направлена на закрепление, расширение, углубление и систематизацию знаний, полученных при освоении профессиональных модулей на основе изучения деятельности конкретных предприятий, на приобретение практического опыта в сфере будущей профессиональной деятельности.

Основные задачи практики:

- сформировать у обучающихся представления о деятельности предпринимателя в сфере торговли;
- формирование понимания предпринимательства;
- формирование понимания понятий предпринимательский риск и ответственность;
- содействие пониманию обучающихся общих правил ведения предпринимательской деятельности и освоению основ государственного регулирования коммерческой деятельности в сфере торговли;
- формирование понимания основ бизнес-планирования в сфере торговли.

Результатом освоения практики ПП.03.01 «Организация предпринимательской деятельности в сфере торговли» обучающимися по специальности 38.02.08 Торговое дело является овладение основным видом профессиональной деятельности (ВПД) и соответствующими компетенциями.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ПП.03.01 Производственная практика «Организация предпринимательской деятельности в сфере торговли» находится в профессиональном учебном цикле профессиональных дисциплин учебного плана.

Практика проходит на 2 курсе в 4 семестре (очное обучение), 3 курсе (заочное обучение).

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения практики обучающийся должен овладеть умениями и знаниями в целях приобретения следующих компетенций:

3.1. Общие компетенции:

Код	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p>Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p> <p>Умения: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать	<p>Знания: содержание актуальной нормативно- правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>

	знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	<p>Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<p>Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p> <p>Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<p>Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p> <p>Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	<p>Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p>Умения: описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения</p>
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата,	<p>Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные</p>

	принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	<p>направления изменения климатических условий региона.</p> <p>Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.</p>
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<p>Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p> <p>Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>

3.2. Профессиональные компетенции:

Код	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
ПК 2.1	Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> классификации продовольственных и непродовольственных товаров; – методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; – обязательных требований к маркировке потребительских товаров.

		<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров; -решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий.
ПК 2.2	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов.
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основных понятий в сфере товароведения потребительских товаров; – технических требований и градации качества потребительских товаров, установленных в нормативно-технической документации; – обязательных требований к маркировке потребительских товаров.
		<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров.
ПК 2.3	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара на разных этапах товародвижения товаров	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров; – условий хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – дефектов потребительских товаров товарных потерь и способов их сокращения.
		<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров; -выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров; -разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров.

ПК 2.4	Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов; – организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – законодательства Российской Федерации и ЕАЭС в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия; – современного российского и зарубежного опыта в области обеспечения качества и безопасности товаров; – основных методов оценки качества и безопасности потребительских товаров; – организации проведения экспертизы товаров и оформления ее результатов; – сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использованием современных баз данных; – организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов; – оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации; – регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – систематизации данных о фактическом уровне качества товаров; – оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров.
ПК 2.5	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий.	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий; – формировать торговый ассортимент по результатам

		<p>анализа потребности в товарах;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ассортимента товаров, показателей ассортимента и факторов, влияющих на его формирование – приоритетных направлений совершенствования ассортимента товаров; – основных положений категорийного менеджмента; – специфики процесса управления в категорийном менеджменте; – алгоритма разработки ассортиментной матрицы товарной категории; – порядка формирования категорий в ассортименте; – структуры ABC – и XYZ – анализа; – классификации продовольственных и непродовольственных товаров; – методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; – обязательных требований к маркировке потребительских товаров; – сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий
ПК 3.6	<p>Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; -методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; -методов, способов и приемов для решения задач по анализу; типов факторных моделей; -схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; -методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.

		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; -использовать методы экономического анализа; анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; -оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами.
ПК 3.7	<p>Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации; -спектра специализированных программных продуктов; интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; -инновационных средств и устройств информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; -оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; -предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

В рабочей программе дисциплины **ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ** определены тематическим планом.

3. ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

При проведении промежуточной аттестации в университете используются традиционные формы аттестации:

Форма промежуточной аттестации	Шкала оценивания
<p>ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (дифференцированный зачет)</p>	<p>"отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно"</p>

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ (ПО ВИДАМ РАБОТ ПРАКТИКИ)

Общая трудоемкость практики составляет 36 часов

4.1. Объем практики и виды работ:

4.1.1. Очная форма обучения: Семестр –4, вид отчетности – дифференцированный зачет (4 семестр).

Вид учебной работы	Объем часов	Объем часов
	всего	4 семестр
Общая трудоемкость практики	36	36
Обязательная учебная нагрузка (всего)	36	36

4.1.2. Заочная форма обучения: Курс - 3, вид отчетности – дифференцированный зачет.

Вид учебной работы	Объем часов	Объем часов
	всего	3 курс
Общая трудоемкость практики	36	36
Обязательная учебная нагрузка (всего)	36	36

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.Содержание практики, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов работ:

5.1.1 Очная форма обучения:

Виды работ	Проверяемые компетенции: ОК 01- 07, ОК.09; ПК 2.1-2.5; ПК 3.6 - 3.7	Количество часов
1.Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования	Знать: -составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; -методы изучения рынка, анализа окружающей среды; -порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;	4
2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	-этапы маркетинговых исследований, их результат; -методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;	4
3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.	-средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; -порядок составления итоговых документов в сфере	2

<p>4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем практики.</p>	<p>прогнозирования и экспертизы цен; -виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; -методы оценки конкурентной среды; -нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p>	<p>2</p>
<p>5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.</p>	<p>-роль и значение бизнес-плана; -основные функции бизнес-плана; - классификацию основных типов бизнес-планов; - методологию и процессы развития бизнес-идеи; -порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; - принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; - методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</p>	<p>4</p>
<p>6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.</p>	<p>- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием</p>	<p>4</p>
<p>7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: – исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка); – изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); – исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); – исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); – исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); – рынка.</p>	<p>программных продуктов; - методы, способы и приемы для решения задач по анализу; - типы факторных моделей; - схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; -методику анализа эффективности использования производственных ресурсов; - методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; - спектр специализированных программных продуктов; - интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; - инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; - риски: понятия и видов; - методы оценки риска, связанных с бизнесом; - меры снижения риска, связанных с бизнесом; -методы оценки выполнимости бизнес-идеи; - основные способы анализа и оценки рисков; - состав моделей оценки риска; - способы оценки риска ликвидности Уметь: -применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; -определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</p>	<p>4</p>

<p>8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p>	<ul style="list-style-type: none"> - составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов; 	4
<p>9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности - собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга; 	4
<p>10. Оформление результатов маркетингового исследования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; - использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; - обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; - работать с информационной базой данных; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - развивать идеи до бизнес-предложений; - оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; - оценивать риски, связанные с бизнесом; - анализировать бизнес-концепции; - предлагать идеи для дальнейшего развития; - применять методы принятия оптимальных решений; - находить аргументы в пользу идей; - принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; - обосновывать и оценивать цели и ценности; - представлять идеи, дизайн, видения и решения; - применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; - использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; - создавать деловые электронные презентации; - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; - использовать методы экономического анализа; - анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; - оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; - разрабатывать меры по обеспечению режима 	

экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;

- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

Владеть навыками:

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; - поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; -
- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; -
- расчёта показателей эффективности

	<p>предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; - сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 	
Итого:		36

5.1.2 Заочная форма обучения:

Виды работ	Проверяемые компетенции: ОК 01- 07, ОК.09; ПК 2.1-2.5; ПК 3.6 - 3.7	Количество часов
1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования	Знать: - составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - методы изучения рынка, анализа окружающей среды; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;	4
2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	- этапы маркетинговых исследований, их результат; - методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;	4
3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.	- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;	2
4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем практики.	- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; - методы оценки конкурентной среды;	2
5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.	- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - роль и значение бизнес-плана; - основные функции бизнес-плана; - классификацию основных типов бизнес-планов; - методологию и процессы развития бизнес-идеи; - порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;	4
6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.	- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; - методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;	4
7. Проведения	- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием	4

<p>маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий:</p> <ul style="list-style-type: none"> – исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка); – изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); – исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); – исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене): – исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); – рынка. 	<p>программных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы, способы и приемы для решения задач по анализу; - типы факторных моделей; - схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; -методику анализа эффективности использования производственных ресурсов; - методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; - спектр специализированных программных продуктов; - интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; - инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; - риски: понятия и видов; - методы оценки риска, связанных с бизнесом; - меры снижения риска, связанных с бизнесом; -методы оценки выполнимости бизнес-идеи; - основные способы анализа и оценки рисков; - состав моделей оценки риска; - способы оценки риска ликвидности <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; -определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; - составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов; -определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности -собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга; - обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; - использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; - обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; -работать с информационной базой данных; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; 	<p style="text-align: right;">4</p>
<p>8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов; -определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности 	<p style="text-align: right;">4</p>
<p>9.Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга; - обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; - использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; - обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; -работать с информационной базой данных; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; 	<p style="text-align: right;">4</p>
<p>10.Оформление результатов маркетингового исследования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; -работать с информационной базой данных; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; 	<p style="text-align: right;">4</p>

- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
 - развивать идеи до бизнес-предложений;
 - оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
 - оценивать риски, связанные с бизнесом;
 - анализировать бизнес-концепции;
 - предлагать идеи для дальнейшего развития;
 - применять методы принятия оптимальных решений;
 - находить аргументы в пользу идей;
 - принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
 - обосновывать и оценивать цели и ценности;
 - представлять идеи, дизайн, видения и решения;
 - применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
 - использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
 - создавать деловые электронные презентации;
 - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
 - использовать методы экономического анализа;
 - анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
 - оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
 - разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
 - оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
 - предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
 - собирать информацию о бизнес-проблемах;
 - анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
- Владеть навыками:**
- выявления проблем и формулирования целей исследования;
 - планирования проведения маркетингового исследования;
 - определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
 - подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; - поиска первичной и

	<p>вторичной маркетинговой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; - проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; - разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; - применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; - применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; - установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; - применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; - разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; - расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; - определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; - сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 	
Итого:		36

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

6.1.1. Основная литература:

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086>;

2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468>;
3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>;
4. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152>;

6.1.2. Дополнительная литература:

1. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>;
2. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>;
3. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175>;
4. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439>;
5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>;
6. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>;
7. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359>.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

www.economy.gov.ru (Министерство экономического развития и торговли)

www.expert.ru (журнал «Эксперт»)
www.fas.ru (Федеральная Антимонопольная служба)
www.minfin.ru (Министерство финансов России)
www.nalog.ru (Министерство по налогам и сборам)
www.rbk.ru (Информационное агентство РБК)
www.fcsm.ru (Федеральная служба по финансовым рынкам)
www.edu.ru (Федеральный портал "Российское образование")
www.auditorium.ru (электронная научная и учебная библиотека)
www.rsl.ru (Российская государственная библиотека)

6.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

Помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, а также ресурсов Интернет, в процессе самостоятельной работы студенты могут пользоваться следующими методическими материалами:

1) Микроэкономика: метод. указ. и задания для контр. работ для студентов заочн. формы обучения по направлению 38.03.02 - Менеджмент / Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского; сост. Н. В. Жданова. - Молодежный: Изд-во ИрГАУ, 2019. - 69 с. - Режим доступа: URL: http://195.206.39.221/fulltext/i_030891.pdf

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Договор №, дата, организация
Лицензионное программное обеспечение		
1	Microsoft Windows 7	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
2	Microsoft Office 2010	
3	Kaspersky Business Space Security Russian Edition	
Свободно распространяемое программное обеспечение		
1	LibreOffice 6.3.3	
2	Adobe Acrobat Reader	
3	Mozilla Firefox 83.x	
4	Opera 72.x	
5	Google Chrome 86.x.	

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования

1.	Аудитория 233 Кабинет экономики организации.	<p>Специализированная мебель: парты для студентов 3-местные - 30 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул - 1 шт., трибуна - 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: доска меловая, мультимедийный проектор (OptomaX302), экран проекционный (ClassicSolutionLyra), ноутбук (HP). Учебно-наглядные пособия: портреты великих ученых экономистов</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	Аудитория 419 Кабинет документационного обеспечения управления	<p>Специализированная мебель: столы для студентов - 10 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 21 шт., трибуна - 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: доска маркерная, ноутбук (Assus). Учебно-наглядные пособия: портреты великих ученых экономистов</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых консультаций текущего контроля и промежуточной аттестации
3.	Аудитория 123 Библиотека, читальные залы	<p>Специализированная мебель: зал №1: столы - 46 шт., стулья - 79 шт. Зал №2: столы - 6 шт., стол угловой - 4 шт., стулья - 17 шт. Зал №3: стулья - 50 шт., столы - 28 шт.</p> <p>Технические средства обучения: компьютеры на базе процессора Intel объединенных в локальную сеть и имеющих доступ в «Интернет», доступ к БД, ЭБ, ЭК, КонсультантПлюс, ЭБС, ЭОИС. Зал №1: монитор Samsung - 21 шт., системный блок - 2 шт., системный блок DNS - 1 шт., системный блок In Win - 18 шт., принтер HP Lazer Jet p 2055 - 2 шт., сканер Epson v330 - 1 шт., ксерокс XEVOX - 1 шт. Зал №2: телевизор Samsung - 1 шт., монитор LG - 1 шт., системный блок In Win - 1</p>	Для проведения консультационных и самостоятельных занятий; занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

	шт., сканер - 1 шт., проектор Optoma - 1 шт., экран - 1 шт. Зал №3: мониторы Samsung - 11 шт., мониторы LG - 2 шт., системный блок In Win - 12 шт., системный блок - 1 шт., принтер HP Laser Jet p 2055. Список по на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome.	
--	--	--

8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, выполнения обучающимися индивидуальных заданий и тестирования.

Результаты обучения (освоенные умения и знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - методы изучения рынка, анализа окружающей среды; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; - этапы маркетинговых исследований, их результат; - методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; - средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; - виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; - методы оценки конкурентной среды; - нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - роль и значение бизнес-плана; - основные функции бизнес-плана; - классификацию основных типов бизнес-планов; - методологию и процессы развития бизнес-идеи; - порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; - принципы и методы управления информационными данными с 	<p>Проверка и оценка самостоятельных работ и конспектов по темам. Оценка результатов тестирования. Оценка устных и письменных индивидуальных ответов обучаемых.</p>

<p>использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методы, способы и приемы для решения задач по анализу; – типы факторных моделей; – схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов; – методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; – спектр специализированных программных продуктов; – интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; – риски: понятия и видов; – методы оценки риска, связанных с бизнесом; – меры снижения риска, связанных с бизнесом; – методы оценки выполнимости бизнес-идеи; – основные способы анализа и оценки рисков; – состав моделей оценки риска; – способы оценки риска ликвидности 	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; – определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; – составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; – проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов; -определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности -собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга; – обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; – использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; – обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; -работать с информационной базой данных; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; 	<p>Выполнение и оценка результатов практических занятий. Защита отчетов по практическим работам. Решение вариативных задач и упражнений. Оценка работы с программными продуктами.</p>

<ul style="list-style-type: none">– применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;– развивать идеи до бизнес-предложений;– оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; – оценивать риски, связанные с бизнесом;– анализировать бизнес-концепции; – предлагать идеи для дальнейшего развития;– применять методы принятия оптимальных решений; – находить аргументы в пользу идей;– принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;– обосновывать и оценивать цели и ценности;– представлять идеи, дизайн, видения и решения;– применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;– использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;– создавать деловые электронные презентации;– собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;– использовать методы экономического анализа;– анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;– оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;– разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;– оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;– предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;– собирать информацию о бизнес-проблемах;– анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.	
--	--

<p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> -выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; – определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; – сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 	
--	--

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

Программу составил:



_____ (подпись)

преподаватель высшей квалификационной категории, Е.А.Хуснудинова

(должность, И.О. Фамилия)

Программа одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических и естественнонаучных дисциплин

протокол № 8 от «11» марта 2024 г.

Председатель ПЦК



_____ Е.А.Хуснудинова

(подпись)